

MISE À JOUR DE LA BIBLIOGRAPHIE SUR LES RELATIONS PUBLIQUES

AGRANOFF, Robert, *Managing within networks : adding value to public organization*, Washington, D.C., Georgetown University Press, 2007, 274 p.

AÏM, Olivier et Yves JEANNERET, « L'encyclopédie de la parole possible : édition et scénographie politique sur l'internet », dans *Hermès – Paroles publiques communiquer dans la cité*, CNRS communication, num. 47, 2007.

AKRICH, Madeleine, « Les formes de la médiation technique », dans *Réseaux*, num. 60, pp. 87-98, 1993.

AKTOUF, Omar, *Le management entre tradition et renouvellement*, 3^e éd. mise à jour, Montréal : Gaëtan Morin, 1999, 710 p.

ALLAB, Slimane, Nicolas Swyngedauw et Dominique Talandier, *La logistique et les nouvelles technologies de l'information et de la communication*, Paris, Économica, 2000, 172p.

ANIDJAR, Gil, *Semites : race, religion, literature*, Stanford, Stanford University Press, 2008, 139p.

ARONSON, Merry, *The public relations writer's handbook : the digital age*, San Francisco, Jossey-Bass, 2007, 349 p.

AUSTIN, Erica Weintraub, *Strategic public relations management : planning and managing effective communication programs*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates, 2006, 411 p.

BADILLO, Patrick-Yves, « De la parfaite adéquation du journalisme à « la société de l'information » », dans *Les enjeux de l'information et de la communication*, Gresec (Groupe de recherche sur les enjeux de la communication), laboratoire de l'université Stendhal-Grenoble 3, 2005.

BADJO-MONNET, Bernadette et Marc BERTIER, « Indexation pour la recherche d'information dans des documents techniques structurés multimédias », dans *Les enjeux de l'information et de la communication*, Gresec (Groupe de recherche sur les enjeux de la communication), laboratoire de l'université Stendhal-Grenoble 3, 2002.

BAINES, Paul, *Public relations : contemporary issues and techniques*, Boston, Elsevier/Butterworth-Heineman, 2004, 431 p.

BANKS, Stephen P., *Multicultural public relations : a social-interpretive approach*, Ames, Iowa State University Press, 2000, 144 p.

BARNES, Roscoe, *Public relations made easy*, Irvine, Entrepreneur Press, 2007, 171p.

BARRIER, Guy, *Internet, clefs pour la lisibilité : Se former aux nouvelles exigences de l'hypermédia.*, ESF éditeur, (Collection Formation permanente), 2000, 143 p.

BAUER, Martin W., *Journalism, science and society : science communication between news and public relation*, New York, Routledge, 2007, 286 p.

BEAUDET, Céline *Stratégies d'argumentation et impact social : le cas des textes utilitaires*, Québec, Nota bene, 2005, 158 p.

BERGER, Bruce K., *Gaining influence in public relations : the role of resistance in practice*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2006, 276 p.

BERNIER, M.-F., F. DEMERS, Alain LAVIGNE, C. MOUMOUNI et T.WATINE, « Repères nouveaux sur l'identité des messages médiatiques : programme de recherche du Groupe de réflexion sur les pratiques novatrices en communication publique (PNCP) » dans *Communication*, vol. no 2, automne/hiver 2005.

BERNIER, Marc-François et François DEMERS, « Pratiques novatrices en communication publique. Journalisme, relations publiques et publicité », dans *Questions de communication*, 176 p., num. 9, 2006.

BIVINS, Thomas H., *Mixed media : moral distinctions in advertising, public relations, and journalism*, Mahwah, L. Erlbaum Associates, 2004, 229 p.

BOIRY, Philippe A., *Des public-relations aux relations publiques : la doctrine européenne de Lucien Matrat*, Paris, Harmattan, 2003, 387 p.

BOIRY, Philippe A., *Des "public-relations" aux relations publiques*, Paris, Budapest, Torino, L'Harmattan, 2003, 387 p.

BOLLINGER, Lee, « The Press and Public Relations: An Exploratory Study of Editors' Perceptions of Public Relations Specialists », dans *Web journal of mass communication research*, Guido Stempel, Ohio Univ., Robert Stewart, Ohio Univ., 3:3, Juin 2000.

BOLLINGER, Lee, « The Public Relations Profession, Business Practices and Editors' Perceptions », dans *Web journal of mass communication research*, Guido Stempel, Ohio Univ., Robert Stewart, Ohio Univ., 6:2, Mars 2003.

BONNEVILLE, L., GROSJEAN, S., LAGACÉ, M., *Introduction aux méthodes de recherche en communication*, Montréal, Gaëtan Morin, 2006, 256 p.

BOTAN, Carl H., *Public relations theory II*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates, 2006, 528 p.

CARNEY, William Wray, *In the news : the practice of media relations in Canada*, Edmonton, University of Alberta Press, 2008, 265p.

CASEY, Steven, *Selling the Korean War : propaganda, politics, and public opinion in the United States*, Oxford, New York, Oxford University Press, 2008, 476 p.

CHARTIER, Lise, *Mesurer l'insaisissable, méthode d'analyse du discours de presse*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 2003, 280 p.

CHARTIER, Lise, *Gérer une revue de presse*, Paris : Distribution du Nouveau Monde, 2005, 178 p.

CHOUCHAN, Lionel et Jean-François FLAHAULT, *Les Relations Publiques*, Paris, Presses universitaires de France, 2007, 126 p.

CHOUCHAN, Lionel, *Les relations publiques*, Paris, Presses universitaires de France, 2007, 126 p.

CLARK, Thomas D., Sherrie E. HUMAN, Heidi AMSHOFF, et Mike SIGG, « Getting Up to Speed on the Information Highway : Integrating Web-based Resources into Business Communication Pedagogy », dans *Business Communication Quarterly*, Association for Business Communication, vol. 64, pp. 38 – 56, Jan. 2001.

CLERC, Isabelle, *La démarche de rédaction*, Québec, Nota Bene, 2000, 179 p.

COMBALBERT, Laurent, *Négociation de crise et communication d'influence : résoudre les situations difficiles par la négociation influente*, Issy-les-Moulineaux, ESF, 2006, 207 p.

COOMBS, W. Timothy, *It's not just PR : public relations in society*, Malden, Blackwell Pub., 2007, 144 p.

COSTES, Florian, *La stimulation de crise : outil d'apprentissage de la gestion de crise et vecteur de communication pour les organisations*, Paris, CELSA, 2004, 145 p.

COTTLE, Simon, *News, public relations and power*, London, Thousand Oaks, Sage, 2003, 187 p.

CROFT, A. C., *Managing a public relations firm for growth and profit*, New York, Best Business books, 2006, 301 p.

CURTIN, Patricia A., *International public relations : negotiating culture, identity, and power*, Thousand Oaks, SAGE Publications, 2007, 304 p.

DAGENAIS, Bernard "Des crises et des solutions", dans Bernier André G. et François Pouliot (sous la direction de) *Éthique et conflits d'intérêts*, Éditions Liber, 2000.

DAGENAIS, Bernard « Communiquer sa différence ou se fondre à un réseau : le cas de Sainte-Pétronille au Québec » in « Les vallées : sens, territoires et signes », dans *Communication et organisation*, Bordeaux, numéro 25, 1er semestre 2004, pp. 97-110.

DAGENAIS, Bernard, « Les relations publiques, véritable instrument de démocratie », dans *Revue Communication*, vol. 23, no 1, printemps/été 2004.

DAGENAIS, Bernard, « Gérer le développement touristique pour éviter les crises », dans *Revue Espaces, Cahier Risques et crises dans le tourisme*, Paris, 2005, pp. 76-81.

DAGENAIS, Bernard, *Le métier de relationniste*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval, 2000, 252 p.

DAVENPORT, T. et BECK, J.C., *The Attention Economy : Understanding the New Currency of Business*, Harvard Business School Press, 2001, 256 p.

DAVIS, Aeron, « Public Relations Democracy. Public Relations, Politics and the Mass Media in Britain », dans *Questions de communication*, 237 p., num. 3, 2003.

DAVIS, Aeron, *Public relations democracy : public relations, politics and the mass media in Britain*, Manchester, New York, Manchester University Press, Distributed exclusively in the USA by Palgrave, 2002, 222 p.

DAVIS, Aeron, *The mediation of power : a critical introduction*, London, New York : Routledge, 2007, 218 p.

DAVIS, Anthony, *Mastering public relations*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2004, 216 p.

DECAUDIN, J-M. Igalens, *La communication interne : Stratégie et techniques*, 2^e éd., Paris, Dunod, 2006, 200 p.

DESCARPENTRIES, Jean-Marie, *La gestion de crise*, La Plaine Saint-Denis, AFNOR, 2006, 178 p.

DESTREZ, Thierry, *Demain, je parle en public : être à l'aise et réussir l'oral*, Dunod, 2001, 242 p.

DEUSCHL, Dennis E., *Travel and tourism public relations : an introductory guide for hospitality managers*, Burlington, Oxford : Elsevier Butterworth-Heinemann, 2006, 183 p.

DEVIRIEUX, Claude Jean, *Pour une communication efficace : entre les personnes, dans les groupes, avec les médias, en temps de crise*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2007, 195 p.

D'HAENENS, Leen, « Les TIC dans une société pluriculturelle : Les Pays-Bas, un contexte pour une politique des médias saine et multiforme ? », dans *Les enjeux de l'information et de la communication*, Gresec (Groupe de recherche sur les enjeux de la communication), laboratoire de l'université Stendhal-Grenoble 3, 2003.

DOURY, Marianne et Michel MARCOCCIA, « Forum internet et courrier des lecteurs : l'expression publique des opinions », dans *Hermès – Paroles publiques communiquer dans la cité*, CNRS communication, num. 47, 2007.

DUDEZERET, Jean-Pierre, *Les techniques d'information et de communication en formation : une révolution stratégique*, Paris, Economica, 2002, 163 p.

DUHÉ, Sandra C., *New media and public relations*, New York, Peter Lang, 2007, 472 p.

DUMAS, Jean, *Séduire par les mots : Pour des communications publiques efficaces*, Montréal : Les Presses de l'Université de Montréal, 2001, 509 p.

DUMAS, Jean, *Séduire par les mots : pour des communications publiques efficace*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 2007, 436 p.

EATON, Angela, « Technology-supported Pedagogy in Business, Technical, and Professional Communication », dans *Business Communication Quarterly*, Association for Business Communication, vol. 66, pp. 113 – 117, Jan. 2003.

FEINGLASS, Art, *The public relations handbook for nonprofits : a comprehensive and practical guide*, San Francisco, Jossey-Bass, 2005, 311 p.

FELTEAU, Cirille, *Un journaliste dans son siècle*, Varia, 2000.

FINCH, Elsie Freeman, *Advocating archives : an introduction to public relations for archivists*, Lanham, Society of American Archivists and the Scarecrow Press, 2003, 195 p.

FITZPATRICK, Kathy, *Ethics in public relations : responsible advocacy*, Thousand Oaks, Sage Publications, 2006, 241 p.

FLATLEY, Marie E., « Teaching the Virtual Presentation », dans *Business Communication Quarterly*, Association for Business Communication, vol. 70, pp. 301 – 305, Sep. 2007.

FOGG, B.J., *Persuasive Computing : Using Technology To Change Attitudes and Behaviours*, Morgan Kaufman Publishers, 2003, 283 p.

FOSTER, John, *Effective writing skills for public relations*, London, Kogan Page Ltd., 2005, 258 p.

GABAY, Michèle, *La nouvelle communication de crise : concepts et outils*, Issy-les-Moulineaux, Éditions Stratégies, 2001, 234 p.

GABAY, Michèle, *Communiquer dans un monde en crise : images, représentations et médias*, Paris, L'Harmattan, 2005, 152 p.

GABAY, Michèle, *La nouvelle communication de crise : concepts et outils*, Issy-Les-Moulineaux, Ed. Stratégies, 2001, 234p.

GALIBERT, Olivier, « Vendre, donner, discuter : une approche communicationnelle des communautés virtuelles sur Internet », dans *Les enjeux de l'information et de la communication*, Gresec (Groupe de recherche sur les enjeux de la communication), laboratoire de l'université Stendhal-Grenoble 3, 2004.

GENOVA, Gina L., « Crisis Communication Practices at an International Relief Agency », dans *Business Communication Quarterly*, , vol. 69, pp. 329 – 337, Sep 2006.

GEORGE, Eric, « Du concept d'espace public à celui de relations publiques généralisées », dans *COMMposite*, Les éditions électroniques COMMposite, V99-1, 1999.

GINGRAS, Anne-Marie, « Les médias comme espace public: enquête auprès de journalistes québécois », dans *Communication*, vol. 16, num. 2, pp. 15-36, 1995.

GOWER, Karla K., *Legal and ethical considerations for public relations*, Long Grove, Waveland Press, 2008, 112 p.

GOWER, Karla K., *Legal and ethical restraints on public relations*, Prospect Heights, Waveland Press, 2003, 119 p.

GOWER, Karla K., *Public relations and the press : the troubled embrace*, Evanston, Northwestern University Press, 2007, 300 p.

GREEN, Andy, *Effective communication skills for public relations*, Kogan Page, 2005, 176 p.

GREEN, Andy, *Creativity in public relation*, London, Kogan Page [published in association with] the Institute of Public Relations, 2001, 198 p.

GREEN, Andy, *Creativity in public relation*, Philadelphia, Kogan Page, 2007, 244 p.

GREGORY, Anne, *Public relations in practice*, London, Sterling : Kogan Page, 2004, 210 p.

GRIFFIN, Andrew, *New strategies for reputation management : gaining control of issues, crises & corporate social responsibilit*, London, Kogan Page, 2008, 176 p.

GROUPE RÉDIGER (sous la direction d'Isabelle CLERC et d'Éric Kavanagh) (2006). *De la lettre à la page Web : pour communiquer avec le grand public*, Québec, Les Publications du Québec, 368 p.

GRUNIG, James E., *The future of excellence in public relations and communication management : challenges for the next generation*, Mahwah, Erlbaum, 2007, 629 p.

GRUNIG, Larissa A., *Excellent public relations and effective organizations : a study of communication management in three countries*, Mahwah, Lawrence Erlbaum, 2002, 653 p.

GRUNIG, Larissa A., *Women in public relations : how gender influences practice*, New York, Guilford Press, 2001, 424 p.

GUERIN-Talpin, Gilles, *Communication de crise*, Bordeaux, Ed. Préventique, 2003, 160 p.

GUTH, David, *Public relations : a values-driven approach*, Boston, Pearson/Allyn and Bacon, 2009, 580 p.

HALL, Phil, *The new PR : an insider's guide to changing the face of public relation*, N. Potomac, Larstan Pub., 2007, 181 p.

HANSEN-Horn, Tricia, *Public relations : from theory to practice*, Boston, Pearson A and B, 2008, 395 p.

HARRIS, Thomas L., *The marketer's guide to public relations in the 21st century*, Mason, Thomson, 2006, 287p.

HAYWOOD, Roger, *Manage your reputation : how to plan public relations to build & protect the organization's most powerful asset*, London, Kogan Page, 2002, 276 p.

HEALTH, Robert, *Encyclopedia of Public Relations*, Thousand Oaks, Sage Publications, 2005, 1067 p.

HEATH, Robert L., « Critical Perspectives on Public Relations », dans *Rhetorical and Critical Approaches to Public Relations*, Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, num. 18, 1992.

HEATH, Robert L., *Encyclopedia of public relations*, Thousand Oaks, Sage, 2005.

HENSLOWE, Philip, *Public relations : a practical guide to the basics*, London, Sterling, Kogan Page, c2003, 152 p.

HOLTZ, Schel, *Corporate Conversations : A Guide to Crafting Effective and Appropriate Internal Communications*, Amacom, 2003, 288 p.

HOLTZ, Shel, *Public relations on the Net : winning strategies to inform and influence the media, the investment community, the government, the public, and more!* New York, AMACOM, American Management Association, 2002, 444 p.

HORTON, James L., *Online public relations : a handbook for practitioners*, Westport, Quorum Books, 2001, 296 p.

HUËT, Romain, « Régulation sociale et communication des entreprises », dans *Les enjeux de l'information et de la communication*, Gresec (Groupe de recherche sur les enjeux de la communication), laboratoire de l'université Stendhal-Grenoble 3, 2006.

HUGHES, Larry W., *Public relations for school leaders*, Boston, Allyn and Bacon, 2000, 230 p.

JEBB, John F., « The Crisis Posting: Scenarios for Class Discussion and Creation », dans *Business Communication Quarterly*, Association for Business Communication, vol. 68, pp. 457 – 478, Dec. 2005.

JEFFREY L. Courtright et Peter M. Smudde, *Power and public relations*, Cresskill, Hampton Press, 2007, 294 p.

JOHANSEN, Peter et Sherry DEVEREAUX FERGUSON, « History of Public Relations in Canada », dans *Encyclopedia of Public Relations*, Robert HEATH (ed.), Thousand Oaks, Sage Publications, 2005.

JOHNSTON, Jane, *Public relations : theory and practice*, Crows Nest, Allen & Unwin, 2004, 466 p.

JULIEN, Mariette, *Publicité et relations publiques*, Montréal, École supérieure de mode de Montréal, 1999.

KARP, Rashelle S., *Powerful public relations : a how-to guide for libraries*, Chicago, American Library Association, 2002, 86 p.

KELLEHER, Tom, *Public relations online : lasting concepts for changing media*, Thousand Oaks, SAGE Publications, 2007, 161 p.

KILIAN, Crawford, *Writing for the Web (Writers' Edition)*, Self-Counsel Press, 2000-2001, 139 p.

KOWALSKI, Theodore J., *Public relations in school*, Upper Saddle River, Pearson Merrill Prentice Hall, 2008, 374 p.

KUGLER, Marianne, « The Practice of Public relations in Canada : Does a genuine Canadian Way of Doing Things Exists or is it a Copy of The US or the European Way? » dans *Bledcom 2002*, Slovenie, Bled, 4-7 july 2003.

KUGLER, Marianne, « What can be learned from case studies in Public Relations ? An analysis of eight Canadian lobbying campaigns », dans *Journal of Communication Management*, London Actes de colloques, Vol. 9 Num. 1, 2004.

KUGLER, Marianne, *Des campagnes de communication réussies : 43 études de cas primés*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 2004, 283 p.

KUGLER, Marianne, *Des campagnes de communication réussies, 43 études de cas primés*, Presses de l'Université du Québec, Collection communication et relations publiques, 2004, 283 p.

L'Etang, Jacquie, *Public relations : concepts, practice and critique*, Los Angeles, London : SAGE, 2008, 290 p.

L'Etang, Jacquie, *Public relations : critical debates and contemporary practice*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates, 2006, 513 p.

LAFRANCE, Jean-Paul, « Les médias face à la communication sociale : le paradoxe canadien », dans *Hermès – Racines oubliées des sciences de la communication*, CNRS communication, num. 48, 2007.

LAMB, Larry F., *Applied public relations : cases in stakeholder management*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates, 2005, 258 p.

LARAMEE, Alain et VALLEE, Bernard. *La recherche en communication* (Éléments de méthodologie) Télé-université, Québec, 2001, Presses de l'Université du Québec, 377 p.

LARSON, Eric V., *Misfortunes of war : press and public reactions to civilian deaths in wartim*, Santa Monica, RAND Project Air Force, 2007, 263 p.

LAVIGNE, A, « Journalisme, relations publiques et publicité : produits et médias d'hybridation dans l'univers de l'écrit », dans *Les Cahiers du journalisme*, no 10, printemps-été 2002.

LAVIGNE, A, « La communication institutionnelle vue par l'entremise de six grands systèmes relationnels : proposition d'une typologie », dans *Communication & Organisation*, no 21, 1er semestre 2002.

LAVIGNE, A, « La problématique de l'hybridation dans l'univers de l'électronique et d'Internet : un inventaire des produits et des médias », dans *Les Cahiers du journalisme*, no 12, automne 2003.

LAVIGNE, A, « Relations publiques et dynamique d'influence dans les organisations publiques », dans *Communication*, vol. 20, no 2, hiver-printemps 2001.

LAVIGNE, A. « Concentration des médias et rapports entre les journalistes, leurs dirigeants et leurs sources apparentées : exploration d'impacts potentiels », dans *Les Cahiers du journalisme*, no 14, printemps /été 2005.

LAVIGNE, A. « Hebdomadaires régionaux et médias écrits communautaires au Québec : quelques réflexions sur une adéquation réussie entre les besoins des lecteurs et des annonceurs », dans BEAUCHAMP M. & T. WATINE, *Médias et milieux francophones*, Québec, Presses de l'Université Laval, 2006.

LAVIGNE, A., « L'omniprésence des relationnistes. Des pratiques de relations de presse

stratégiques aux pratiques hors du contrôle des journalistes », dans BERNIER M.-F., DEMERS F., LAVIGNE A., MOUMOUNI C. & T.WATINE, *Pratiques novatrices en communication publique : journalisme, relations publiques, publicité*, Québec, Presses de l'Université Laval, 2005.

LAVIGNE, A., « Proposition d'une modélisation de la communication publique : principales formes discursives et exemples de pratiques », dans *Les Cahiers du journalisme*, no 18, 2008.

LAVIGNE, A., « Les partenariats entre médias et organisations. *L'Université Laval au cœur de votre quotidien* : l'exemple d'un produit médiatique novateur », dans *Les Cahiers du journalisme*, no 16, automne 2006.

LAWSON-BORDERS, Gracie, « Integrating New Media and Old Media : Seven Observations of Convergence as a Strategy for Best Practices in Media Organizations », dans *The International Journal on Media Management*, vol. 5, no. 2, Institute for Media and Communication Management, University of St. Gallen, 2003.

LIBAERT, Thierry, *La communication de crise*, 2^e éd., Paris, Dunod, 2005, 125 p.

LIBAERT, Thierry, *Le plan de communication : Définir et organiser votre stratégie de communication*, 2^e éd., Paris, Dunod, 2003, 256 p.

LICOPPE, Christian, « De la communication interpersonnelle aux communautés épistémiques : le développement des TIC et l'enracinement du paradigme de la distribution », dans *Hermès – Paroles publiques communiquer dans la cité*, CNRS communication, num. 47, 2007.

LINDSAY, Anita Rothwell, *Marketing and public relations practices in college libraries*, Chicago, College Library Information Packet Committee, Association of College and Research Libraries, 2004, 182p.

LIU, Xi, *Multinational corporations' public relations in host countries : an interpretive study of public relations culture*, Singapore, Marshall Cavendish Academic, 2005, 164 p.

LOCKE, Christopher,(Levine, Searls, Weinberger) *The Cluetrain Manifesto*, Ed Perseus,2001, 190 p.

MACKENZIE, Margaret A., *Courting the media : public relations for the accused and the accuser*, Westport, Praeger Publishers, 2007, 190 p.

MACKOWSKI, Chris., *The PR bible for community theatres*, Portsmouth, Heinemann, 2002, 188 p.

MAISONNEUVE, D., LAMARCHE, J-F., ST-AMAND, Y., *Relations publiques dans une société en mouvance*, 3^e éd., Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 2003, 428 p.

MAISONNEUVE, Danielle, Catherine SAOUTER et Antoine CHAR, *Communications en temps de crise*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1999, 392 p.

MAISONNEUVE, Danielle, *La communication des risques : un nouveau défi*, Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec, 2005.

MAISONNEUVE, Danielle, *Les relations publiques : le syndrome de la cage de Faraday*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 2004, 311 p.

MARCONI, Joe, *Public relations : the complete guide*, Mason, American Marketing Association, 2004, 386 p.

MCGEE, Blaine K., B. NAYMAN OGUZ et Dan L. LATTIMORE, « How Public Relations People See Themselves », dans *Public Relations Journal*, Public Relations Society of America, pp. 47-52, Novembre 1975.

MCGOVERN, Gerry, NORTON, Rob, *Content Critical : Now Everyone's a Publisher, What Makes Your Content Better ?* Financial Times Prentice Hall , 2001, 224 p.

MCKIE, David, *Reconfiguring public relations : ecology, equity, and enterprise*, London, New York, Routledge, 2007, 180 p.

Mickey, Thomas J., *Deconstructing public relations : public relations criticism*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2003, 167 p.

MIDDLEBERG, Don, *Winning PR in the Wired World*, McGraw-Hill Professional Publishing; 2000, 235 p.

MIDDLEBERG, Don., *Winning PR in the wired world : powerful communications strategies for the noisy digital space*, New York, McGraw-Hill, 2001, 235 p.

MILLER, David, *A century of spin : how public relations became the cutting edge of corporate power*, London, Pluto, 2008, 232 p.

MILLER, David, *A century of spin : how public relations became the cutting edge of corporate power*, London, Ann Arbor, MI : Pluto Press, 2008, 232 p.

MILLERAND, Florence, « Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation (1ère partie) », dans *COMMposite*, Les éditions électroniques COMMposite, V98-1, 1998.

MILLERAND, Florence, « Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation (2ème partie) », dans *COMMposite*, Les éditions électroniques COMMposite, V98-1, 1998.

MOGEL, Leonard, *Making it in public relations : an insider's guide to career opportunities*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates, 2002, 349 p.

MOLONEY, Kevin, *Rethinking public relations : PR propaganda and democracy*, London, New York : Routledge, 2006, 228 p.

MONNOYER-SMITH, Laurence, « Instituer le débat public : un apprentissage à la française », dans *Hermès – Paroles publiques communiquer dans la cité*, CNRS communication, num. 47, 2007.

MUCCHIELLI, Alex, *La communication interne*, Armand Colin, 2001, 208 p.

NEWSOM, Doug, *Public relations writing : form & style*, Belmont, Thomson Wadsworth, 2005, 441 p.

NI, Lan, *Exploring the value of public relations in strategy implementation [electronic resource] : an exploratory study of boundary-spanning government relations professionals in Maryland*, College Park, University of Maryland, 2006.

NIELSEN, Jakob, *Design Web Usability, The Practice of Simplicity*, New Riders Publishing, 3^e éd., 2000, 419 p.

NOUVEAU, Jean-Noël, *Les relations presse : entreprises, collectivités, associations et syndicats professionnels, comment communiquer avec les journalistes ? comment vous faire connaître auprès du public ?*, Paris, les Ed. Demos, 2002, 196 p.

Observatoire des NTIC et des métiers, « Le net au local. La diversification de l'offre d'information locale par internet », dans *Questions de communication*, num. 1, 2002.

OLIVER, Sandra M., *Handbook of corporate communication and public relations : pure and applied*, London, New York, Routledge, 2004, 456 p.

OLIVER, Sandra, *Public relations strategy*, London ; Philadelphia, Kogan Page, 2007, 146 p.

PAQUIENSIÉGUY, Françoise, « Comment réfléchir à la formation des usages liés aux technologies de l'information et de la communication numériques ? », dans *Les enjeux de l'information et de la communication*, Gresec (Groupe de recherche sur les enjeux de la communication), laboratoire de l'université Stendhal-Grenoble 3, 2007.

PARKINSON, Michael G., *International and intercultural public relations : a campaign case approach*, Boston, Pearson/Allyn & Bacon, 2006, 384 p.

PARKINSON, Michael G., *Law for advertising, broadcasting, journalism, and public relations : a comprehensive text for students and practitioners*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2006, 511p.

PARKINSON, Michael G., *Public relations law : a supplemental text*, New York, Routledge, 2008, 161 p.

PARSONS, Patricia, *Ethics in public relations : a guide to best practice*, London, Sterling, Kogan Page, 2004, 187 p.

PEEK, Lucia, George PEEK, Maria ROXAS, Yves ROBICHAUD, et Huguette BLANCO, « Team Learning and Communication : the Effectiveness of Email-Based Ethics Discussions », dans *Business Communication Quarterly*, Association for Business Communication, vol. 70, pp. 166 – 185, Jun. 2007.

PLANTE, Émilie, *Relations publiques et diversité culturelle : analyse de la pratique du relationniste québécois à l'international*, Montréal, Université du Québec à Montréal, 2005.

PRATTE, André, *Les oiseaux de malheur : essai sur les médias d'information d'aujourd'hui*, VLB, 2000.

RABOY, Marc, *Média Québécois, presse radio, télévision, inforoute*, Gaétan Morin, 2000.

REBILLARD, Franck, « L'image d'Infonie dans la presse française ou la « divergence » des visions de la convergence des nouvelles technologies de communication », dans *COMMposite*, Les éditions électroniques COMMposite, V98-1, 1998.

RECHENMANN, Jean-Jacques, *L'audit du site Web. Mode d'emploi*. Paris : Éditions d'Organisation, 2000.

RENAUDIN, Hervé, *Gestion de crise : mode d'emploi : principes et outils pour s'organiser et*

manager les crises, Paris, Ed. Liaisons, 2007, 168p.

RIES, Al et Laura, *La pub est morte-Vive les RP*, Village Mondial, 2003, 280 p.

ROUX-DUFORT, Christophe, *Gérer et décider en situation de crise, outils de diagnostic de prévention et de décision*, Paris : Dunod, 2000.

RULER, Betteke van, *Public relations and communication management in Europe : a nation-by-nation introduction to public relations theory and practice*, Berlin, New York, Mouton de Gruyter, 2004, 502 p.

SAINT-AMAND, Magali et Gilles PRONOVOST, « Usages et usagers d'Internet : l'état des lieux », dans *Les enjeux de l'information et de la communication*, Gresec (Groupe de recherche sur les enjeux de la communication), laboratoire de l'université Stendhal-Grenoble 3, 2001.

SALANÇON, André, « La médiatisation technologique défiée », dans *Les enjeux de l'information et de la communication*, Gresec (Groupe de recherche sur les enjeux de la communication), laboratoire de l'université Stendhal-Grenoble 3, 2001.

SALLOT Lynn M., Thomas M. STEINFATT et Michael B. SALWEN, « Journalists and Public Relations Practitioners' News Values: Perceptions and Cross-perceptions », dans *Journalism and Mass Communications Quarterly*, Association for Education in Journalism and Mass Communication, num. 75, été 1998.

SALLOT, Lynn, Thomas M. STEINFATT et Michael B. SALWEN, « Journalists and Public Relations Practitioners News Values: Perceptions and Cross-perceptions » dans *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 75, 366-377, été 1998.

SARTRE, Véronique, *La communication de crise*, Paris, Éditions Démos, 2003, 156 p.

SCOTT, David Meerman, *The new rules of marketing and PR : how to use news releases, blogs, podcasting, viral marketing, & online media to reach buyers directly*, Hoboken, John Wiley & Sons, 2007, 275 p.

SIMONET, Renée et Jean, *Savoir argumenter*, 3^e éd., Paris : Organisation, 2004, 160 p.

SMITH, Ronald D., *Strategic Planning for Public Relations*, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2002, 344 p.

SMITH, Ronald D., *Strategic planning for public relations*, Mahwah, Lawrence Erlbaum Associates, 2005, 382 p.

SOKUVITZ, Sydel et Amiso M. GEORGE Teaching « Culture : The Challenges and Opportunities of International Public Relations », dans *Business Communication Quarterly*, vol. 6, pp. 97 – 111, Jan. 2003.

STACKS, Don W., *Primer of public relations research*, New York, Guilford, 2002, 318 p.

STOLDT, G. Clayton, *Sport public relations : managing organizational communication*, Champaign, Human Kinetics, 2006, 365 p.

STOLE, Inger L., *Advertising on trial : consumer activism and corporate public relations in the 1930s*, Urbana, University of Illinois Press, 2006, 290 p.

SURAUD, Marie-Gabrielle, « Communication ou délibération : les échanges dans la société civile », dans *Hermès – Paroles publiques communiquer dans la cité*, CNRS communication, num. 47, 2007.

SWANN, Patricia, *Cases in public relations management*, Boston, McGraw Hill, 2008, 388 p.

SYNTEC ingénierie, *Entreprises & relations publiques en France*, Paris, Syntec, 2006.

TAMARA L. Gillis, *The IABC handbook of organizational communication : a guide to internal communication, public relations, marketing, and leadership*, San Francisco, Jossey-Bass, 2006, 546 p.

The fall of advertising, the rise of PR. New York, USA : Harper Collins Publishers Inc., 2002, 295 p.

TIMIMI, Ismaïl et Jacques ROUAULT, « La veille sur Internet : Une avancée dans la recherche de l'information stratégique », dans *Les enjeux de l'information et de la communication*, Gresec (Groupe de recherche sur les enjeux de la communication), laboratoire de l'université Stendhal-Grenoble 3, 2000.

TREADWELL, Donald, *Public relations writing : principles in practice*, Thousand Oaks, SAGE Publications, 2005, 517 p.

TUITE, Leah Simone, *Public relations in a "jolted" political environment [electronic resource] : an exploratory study of boundary-spanning government relations professionals in Maryland*, College Park, University of Maryland, 2006.

UBER GROSSE, Christine, « Managing Communication within Virtual Intercultural Teams », dans *Business Communication Quarterly*, Association for Business Communication, vol. 65, pp. 22 – 38, Jan. 2002.

UGUAY, Huguette, *Bien parler ? Pourquoi pas ?*. Recueil UQAM, Études théâtrales, 2003.

United States. Dept. of Education. Office of Inspector General, *Review of department identified contracts and grants for public relations services [electronic resource] : final inspection report*, Washington, D.C., U.S. Dept. of Education, Office of Inspector General, 2005.

USBORNE, Nick, *Net Words : Creating High-Impact Online Copy*, Hightstown, 2001, 224 p.

VAN DYKE et A. MARK, *Toward a theory of just communication [electronic resource] : a case study of NATO, multinational public relations, and ethical management of international conflict*, College Park, University of Maryland, 2005.

WATSON, Tom, *Evaluating public relations : a best practice guide to public relations planning, research and evaluation*, London, Kogan Page, 2007, 252 p.

WATSON, Tom, *Evaluating public relations : a best practice guide to public relations planning, research & evaluation*, London ; Sterling, Kogan Page Limited, 2005, 213p.

WEINBERGER, David, *Small Pieces Loosely Joined : A Unified Theory of the Web*, Ed. Perseus, 2003, 240 p.

WESTPHALEN, Marie-Hélène, *Communicator : Le guide de la communication d'entreprise*, 4^e éd., Paris, Dunod, 2004, 446 p.

WESTPHALEN, Marie-Hélène, *Le Communicator : guide opérationnel pour la communication d'entreprise*, 3^e éd., Paris : Dunod, 2000, 420 p.

WILCOX, Dennis L., Glen T. CAMERON, Philip H. AULT et Warren K. AGEE, *Essentials of public relations*, New York, Longman, 2001, 470 p.

WOLFE, Lisa A., *Library public relations, promotions, and communications : a how-to-do-it manual*, New York, Neal-Schuman Publishers, 2005, 326 p.

WOLTON, Dominique, « A la recherche du public – réception, télévision, médias », dans *Hermès*, CNRS communication, num. 11/12, 1993.

WOLTON, Dominique, « L'opinion publique – perspectives anglo-saxonnes », dans *Hermès*, CNRS communication, num. 31, 2001.

WOLTON, Dominique, « Les sciences de l'information et de la communication – savoirs et pouvoirs », dans *Hermès*, CNRS communication, num. 38, 2004.

YUN, Seong-Hun, *Toward theory building for comparative public diplomacy from the perspectives of public relations and international relations [electronic resource] : a macro-comparative study of embassies in Washington, D.C.*, College Park, University of Maryland, 2005.

ZORN Theodore E., « converging within divergence: Overcoming the Disciplinary Fragmentation in Business Communication, Organizational Communication, and Public Relations », dans *Business Communication Quarterly*, vol. 65, pp. 44 – 53, Jan. 2002.

ZOUARI, Khaled, « La presse en ligne : vers un nouveau média ? dans *Les enjeux de l'information et de la communication*, Gresec (Groupe de recherche sur les enjeux de la communication), laboratoire de l'université Stendhal-Grenoble 3, 2007.